UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE GESTIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

SÍLABO POR COMPETENCIAS

CURSO: MICROECONOMÍA

DOCENTE: Mg. Nadiezhda Yenny Escalante Candiotti

Mg. Yesy Maribel Paucar Chavez

SÍLABO
MICROECONOMÍA

I. DATOS GENERALES

Línea de Carrera	Formación Profesional Básica
Código del Curso	44254
Horas Semanales	Hrs. Totales: 5 Teóricas: 3 Prácticas: 2
Ciclo	IV A

II. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DEL CURSO

La Asignatura de Microeconomía es de naturaleza teórica – práctica y tiene como propósito que el alumno estudie y analiza el comportamiento de los consumidores y los productores. El desarrollo de la asignatura comprende las siguientes unidades temáticas:

I. Teoría de la demanda y la oferta.

II. Teoría del consumidor.

III. Teoría de la producción.

IV. Estructuras de mercados de bienes y servicios

COMPETENCIA: Comprende y analiza como el mercado a través del sistema de precios, asigna los recursos en procura de alcanzar los objetivos fundamentales de los agentes económicos, como son maximización de la utilidad del consumidor y optimización de beneficios del productor.

III. CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

	CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	NOMBRE DE LA UNIDAD DIDÁCTICA	SEMANAS
UNIDAD I	Ante la existencia de diversos mercados nacionales e internacionales, *determina* las características de la demanda y la oferta, *en función* a fuentes bibliográficas y referencias habidas y validadas.	**TEORÍA DE LA DEMANDA Y LA OFERTA**	**1-4**
UNIDAD II	Considerando la existencia de una diversidad consumidores en los mercados, *desarrolla y explica* la teoría del consumidor considerando sus factores determinantes, su punto de equilibrio y maximización de utilidad, *según* los aportes de la teoría microeconómica.	**TEORÍA DEL CONSUMIDOR**	**5-8**
UNIDAD III	En un escenario global marcado por una diversidad de productores, *selecciona* el nivel de producción más apropiado para la empresa turística e *identifica* los costos de producción competitivos, *de acuerdo* a la disponibilidad de recursos y a la teoría microeconómica.	**TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN (INCLUYE COSTOS DE PRODUCCIÓN)**	**9-12**
UNIDAD IV	En un mercado nacional e internacional competitivo con un conjunto de diferentes modelos de negocios con características distintas, *identifica* una estructura de mercado *en base* a lineamientos válidos de la teoría microeconómica.	**LA ESTRUCTURA DE MERCADOS DE BIENES Y SERVICIOS**	**13-16**

IV. INDICADORES DE CAPACIDADES AL FINALIZAR EL CURSO

Número	INDICADORES DE CAPACIDAD AL FINALIZAR EL CURSO
1	Reconoce la teoría microeconómica basado en la demanda y oferta individual de los agentes económicos, según fuentes bibliográficas citadas
2	Fundamenta los contenidos de la teoría de la demanda de un producto o servicio turístico, en función a las fuentes bibliográficas citadas
3	Fundamenta los contenidos de la teoría de la oferta de un producto o servicio turìstico. en función a las fuentes bibliográficas citadas
4	Establece el comportamiento individual y de mercado de la demanda y la oferta turística en situación de equilibrio, según bibliografía citada
5	Evalúa las relaciones existentes entre los factores que influyen en la teorìa del consumidor en un determinado mercado turístico según el tipo de producto y las fuentes bibliográficas citadas
6	Aplica la teoría del consumidor maximizando sus utilidades en el mercado, en base a las funciones matemáticas pertinentes y fuentes bibliográficas validadas citadas
7	Ejemplifica el punto de equilibrio para el consumidor que hace turismo según sus niveles de satisfacción o utilidad obtenida, en base a las funciones matemáticas pertinentes y fuentes bibliográficas validadas citadas
8	Interpreta la insatisfacción de necesidades del consumidor que hace turismo, según bibliografía citada
9	Describe las características de la teoría de la producción en operadores turísticos, según los aportes de la microeconómica de las fuentes bibliográficas citadas
10	Utiliza las etapas de la producción en los operadores turísticos, en función a los aportes de la teoría microeconómica de las fuentes bibliográficas citadas
11	Ejemplifica la teoría de los costos de producción en operadores turísticos según los aportes de la microeconómica de las fuentes bibliográficas citadas
12	Diferencia los tipos de costos en operadores turísticos, de acuerdo a los aportes de la teoría de costos de las fuentes bibliográficas citadas
13	Describe la estructura del mercado del productor turístico, según la teoría microeconómica de las fuentes bibliográficas citadas
14	Establece la estructura de mercado del productor turístico como estrategia competitiva, según la teoría microeconómica y bibliografía citada
15	Interpreta la estructura de mercado por el lado de la demanda turística, según la teoría microeconómica y bibliografía citada
16	Describe la estructura mercado por el lado de la demanda turística como estrategia competitiva, según la microeconomía y bibliografía citada

V. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DIDÁCTICAS:

UNIDAD DIDÁCTICA I : TEORÍA DE LA DEMANDA Y LA OFERTA

***CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA I*:** Ante la existencia de diversos mercados nacionales e internacionales, *determina* las características de la demanda y la oferta, *en función* a fuentes bibliográficas y referencias habidas y validadas.

SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DIDACTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
1	**La microeconomía:** Define la microeconomía, lo describe como parte de la teoría económica y explica su importancia partiendo del análisis de la teoría de la demanda y oferta individual de los agentes económicos.	Identifica a la microeconomía en base a la demanda y oferta individual de los agentes económicos	Propone la utilización de los contenidos del tema en el turismo	• Exposición académica motivacional.	Reconoce la teoría microeconómica basado en la demanda y oferta individual de los agentes económicos, según fuentes bibliográficas citadas.
2	**Teoría de la demanda:** Explica la teoría de la demanda, relaciona sus factores determinantes mediante modelos y conceptualiza sus tipos de elasticidad.	Juzga la importancia de la teoría de la demanda. Elabora modelos básicos de demanda y Deriva su elasticidad.	Lee y debate la teoría de la demanda turística en el contexto microeconómico.	• Debate dirigido (Discusiones)	Fundamenta los contenidos de la teoría de la demanda de un producto o servicio turístico, en función a las fuentes bibliográficas citadas.
3	**Teoría de la oferta:** Desarrolla la teoría de la oferta, relaciona sus factores determinantes mediante modelos y conceptualiza su elasticidad.	Revisa la importancia de la teoría la oferta, Formula modelos de la oferta y deriva su elasticidad	Participa en el diálogo sobre la teoría de la oferta turística en el contexto microeconómico y Discute sobre sus contenidos	• Lectura de casos para luego analizar.	Fundamenta los contenidos de la teoría de la oferta de un producto o servicio turístico. en función a las fuentes bibliográficas citadas.
4	**Equilibrio de mercado:** Integra la demanda y la oferta, a nivel individual y a nivel de mercado y explica su punto de equilibrio.	Compara los modelos de demanda con los de la oferta de un producto o servicio turístico de forma individual y de mercado e identifica el equilibrio de mercado.	Aprecia los temas de la demanda y la oferta individual y de mercado en situación de equilibrio, encuadrados en los negocios turísticos.	• Exposición académica de trabajos de investigación	Establece el comportamiento individual y de mercado de la demanda y la oferta turística en situación de equilibrio, según bibliografía citada.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
• Autoevaluación de entrada. • Cuestionario y mapa concept. por tema semanal.	• Presenta trabajos de investigación sobre los modelos de demanda y de oferta turística, y de equilibrio de mercado.	• Comportamiento y participación asertiva en la clase, debate en el aula

UNIDAD DIDÁCTICA II : *TEORÍA DEL CONSUMIDOR*

***CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA II*:** Considerando la existencia de una diversidad consumidores en los mercados, *desarrolla y explica* la teoría del consumidor considerando sus factores determinantes, su punto de equilibrio y maximización de utilidad, *según* los aportes de la teoría microeconómica

SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DIDÁCTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
1	**Teoría del consumidor:** Fundamenta la teoría del consumidor en cuanto a conceptos, factores determinantes, excedentes del consumidor e importancia.	Formula los factores determinantes en la teoría del consumidor, graficando su excedente en un mercado turístico cambiante.	Debate sobre los factores que explican la conducta del consumidor que hace turismo y su excedente económico.	• Foro académico.	Evalúa las relaciones existentes entre los factores que influyen en la teoría del consumidor en un determinado mercado turístico según el tipo de producto y las fuentes bibliográficas citadas.
2	**Teoría de la utilidad:** Explica la teoría de la de la utilidad obtenida por el consumidor.	Identifica la relación entre la teoría del consumidor y la teoría de la utilidad.	Usa adecuadamente las técnicas matemáticas para la determinación de las funciones de la teoría de la utilidad en el mercado turístico	• Mesas Redondas.	Aplica la teoría del consumidor maximizando sus utilidades en el mercado, en base a las funciones matemáticas pertinentes y fuentes bibliográficas validadas citadas.
3	**Equilibrio del consumidor:** Demuestra el equilibrio del consumidor en términos de satisfacción de necesidades o de utilidad.	Compara el equilibrio del consumidor y el nivel de utilidad obtenida por los turistas según tipo de mercado	Coopera en los conversatorios virtuales sobre el tema.	• Lectura de casos para luego analizar.	Ejemplifica el punto de equilibrio para el consumidor que hace turismo según sus niveles de satisfacción o utilidad obtenida, en base a las funciones matemáticas pertinentes y fuentes bibliográficas validadas citadas.
4	**Demandas insatisfechas:** Precisa la existencia de demandas insatisfechas.	Identifica las necesidades insatisfechas mediante el cálculo.	Lee sobre la importancia de la determinación de las necesidades insatisfechas del consumidor que hace turismo.	• Exposición académica de trabajos de investigación	Interpreta la insatisfacción de necesidades del consumidor que hace turismo, según bibliografía citada.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
• Estudio de casos del turista nacional y extranjero. • Cuestionario y mapa Concept. por tema semanal.	• Presenta trabajos de investigación, por tema semanal, sobre teoría del consumidor como turista en función a satisfacción de necesidades o de utilidad.	• Comportamiento y participación asertiva en la clase, debate en el aula

UNIDAD DIDÁCTICA III : *TEORÍA DE LA PRODUCCIÓN (INCLUYE COSTOS DE PRODUCCIÓN)*

***CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA III*:** En un escenario global marcado por una diversidad de productores, *selecciona* el nivel producción más apropiado para la empresa turística e *identifica* los costos de producción competitivos, *de acuerdo* a la disponibilidad de recursos y a la teoría microeconómica

SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DE LA ENSEÑANZA VIRTUAL	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
1	**Teoría de la producción:** Explica la teoría de la producción, en conceptos, características, factores determinantes y modelos.	Formula modelos, gráficos y soluciona ejercicios/casos prácticos sobre la producción en operadores turísticos.	Debate las interpretaciones de resultados en torno a la temática abordada.	• Foro académico.	Describe las características de la teoría de la producción en operadores turísticos, según los aportes de la microeconómica de las fuentes bibliográficas citadas.
2	**Etapas de la producción:** Integra y demuestra las diferentes etapas de la producción.	Revisa información, elabora gráficos y compara las etapas de la producción en operadores turísticos.	Sigue las instrucciones para identificar las etapas de la producción mediante gráficos pertinentes.	• Mesas Redondas.	Utiliza las etapas de la producción en los operadores turísticos, en función a los aportes de la teoría microeconómica de las fuentes bibliográficas citadas.
3	**Teoría de costos:** Explica la teoría de costos de producción en su definición, conceptos, características, factores determinantes, y modelos.	Desarrolla modelos, gráficos y soluciona ejercicios/casos prácticos, de costos en operadores turísticos.	Debate las interpretaciones asumidas, en torno a la temática de la Unidad.	• Lectura de casos para luego analizar.	Ejemplifica la teoría de los costos de producción en operadores turísticos según los aportes de la microeconómica de las fuentes bibliográficas citadas.
4	**Tipos de costos de producción:** Categoriza los diferentes tipos de costos de producción.	Identifica los tipos de costos de producción según tipo de operador turístico	Efectúa comparaciones entre los tipos de costos de producción.	• Exposición académica de trabajos de investigación	Diferencia los tipos de costos en operadores turísticos, de acuerdo a los aportes de la teoría de costos de las fuentes bibliográficas citadas.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
• Cuestionario y mapa Concept. por tema semanal	• Presenta trabajos de investigación por temas semanales sobre producción y costos en operadores turísticos.	• Comportamiento y participación asertiva en la clase, debate en el aula

UNIDAD DIDÁCTICA IV : ESTRUCTURA DE MERCADOS DE BIENES Y SERVICIOS

***CAPACIDAD DE LA UNIDAD DIDÁCTICA IV*:** En un mercado nacional e internacional competitivo con un conjunto de diferentes modelos de negocios con características distintas, *identifica* una estructura de mercado *en base* a lineamientos válidos de la teoría microeconómica

SEMANA	CONTENIDOS			ESTRATEGIAS DIDÁCTICA	INDICADORES DE LOGRO DE LA CAPACIDAD
	CONCEPTUAL	PROCEDIMENTAL	ACTITUDINAL		
1	**Estructura de mercado del productor:** Explica la estructura de mercado del productor, según número de productores.	Juzga las diferentes formas de organización de los productores.	Debate las interpretaciones asumidas, en torno a la temática de la Unidad.	• Foro académico.	Describe la estructura del mercado del productor turístico, según la teoría microeconómica de las fuentes bibliográficas citadas.
2	**Estructura de mercado del productor como estrategia competitiva:** Demuestra la estructura del mercado de productores como estrategia competitiva.	Revisa información de estructura de mercado como estrategia competitiva según productores de bienes y servicios turísticos.	Utiliza la estructura de mercado de los productores de bienes y servicios turísticos para identificar su poder comercial.	• Mesas Redondas.	Establece la estructura de mercado del productor turístico como estrategia competitiva, según la teoría microeconómica y bibliografía citada.
3	**Estructura de mercado por el lado de la demanda:** Explica la estructura del mercado por parte de la demanda.	Elabora resúmenes, mapas conceptuales y soluciona ejercicios/casos prácticos.	Debate las interpretaciones asumidas, en torno a la temática de la Unidad.	• Lectura de casos para luego analizar.	Interpreta la estructura de mercado por el lado de la demanda turística, según la teoría microeconómica y bibliografía citada.
4	**Estructura de mercado por el lado de la demanda como estrategia competitiva:** Esquematiza la estructura de la demanda como estrategia competitiva.	Identifica la estructura de mercado por el lado de la demanda turística para aplicarlo como estrategia competitiva.	Efectúa comparaciones entre la estructura de mercado por parte de la demanda turística como estrategia competitiva.	• Exposición académica de trabajos de investigación	Describe la estructura mercado por el lado de la demanda turística como estrategia competitiva, según la microeconomía y bibliografía citada.

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DIDÁCTICA		
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTOS	EVIDENCIA DE PRODUCTO	EVIDENCIA DE DESEMPEÑO
• Cuestionario y mapa Concept. por tema semanal	• Presenta trabajos, de investigación sobre los temas semanales, relacionado a la estructura de mercados turísticos	• Comportamiento y participación asertiva en la clase, debate en el aula

VI. MATERIALES EDUCATIVOS Y OTROS RECURSOS DIDÁCTICOS

Se utilizarán todos los materiales y recursos requeridos de acuerdo a la naturaleza de los temas programados. Básicamente serán:

1. **MEDIOS ESCRITOS**
   - Casos prácticos
   - Pizarra interactiva
   - Repositorio de datos
   -

2. **MEDIOS VISUALES Y ELECTRONICOS:**
   - Pizarra Interactiva
   - Pizarra y Plumones
   - Videos de Experiencias
   - Videos de Experiencias

3. **MEDIOS INFORMÀTICOS**
   - Computadora
   - Tablet
   - Celulares
   - Internet

VII. EVALUACIÓN

La evaluación es inherente al proceso de enseñanza aprendizaje y será continua y permanente. Los criterios de evaluación son de conocimiento, de desempeño y de producto.

1. **Evidencias de Conocimiento.**

   La evaluación será a través de:

   - ✓ Pruebas escritas y orales para el análisis: para medir la competencia a nivel interpretativo, argumentativo y propositivo, para ello debemos ver cómo identifica (describe, ejemplifica, relaciona, reconoce, explica, etc.); y la forma en que argumenta (plantea una afirmación, describe las refutaciones en contra de dicha afirmación, expone sus argumentos contra las refutaciones y llega a conclusiones) y la forma en que propone a través de establecer estrategias, valoraciones, generalizaciones, formulación de hipótesis, respuesta a situaciones, etc.
   - ✓ Autoevaluación: permite que el estudiante reconozca sus debilidades y fortalezas para corregir o mejorar.
   - ✓ Cuestionarios de respuestas simples y otras con preguntas abiertas para su argumentación.
   - ✓ Mapas conceptuales
   - ✓ Estudio de casos en operadores turísticos del Perú.

2. Evidencia de Desempeño.

Esta evidencia pone en acción recursos cognitivos, recursos procedimentales y recursos afectivos; todo ello en una integración que evidencia un saber hacer reflexivo; en tanto, se puede verbalizar lo que se hace, fundamentar teóricamente la práctica y evidenciar un pensamiento estratégico, dado en la observación en torno a cómo se actúa en situaciones impredecibles.

- ✓ La evaluación de desempeño se evalúa ponderando como el estudiante se hace investigador aplicando los procedimientos y técnicas en el desarrollo de las clases a través de su asistencia y participación asertiva en debates y foros.

3. Evidencia de Producto.

Están implicadas en las finalidades de la competencia, por tanto, no es simplemente la entrega del producto, sino que tiene que ver con el campo de acción y los requerimientos del contexto de aplicación.

La evaluación de producto se evidencia en la entrega oportuna de:

- ✓ Trabajos parciales por unidad didáctica
- ✓ Trabajo final.

Además, se tendrá en cuenta la asistencia como componente del desempeño, el 30% de inasistencia inhabilita el derecho a la evaluación.

VARIABLES	PONDERACIONES	UNIDADES DIDÀCTICAS DENOMINADAS MÒDULOS
Evaluación de Conocimiento	20 %	El ciclo académico comprende 4
Evaluación de Producto	40 %	
Evaluación de Desempeño	40%	

Siendo el promedio final (PF), el promedio simple de los promedios ponderados de cada módulo (PM1, PM2, PM3, PM4)

$$\boldsymbol{PF} = \frac{PM\,1 + PM\,2 + PM\,3 + PM\,4}{4}$$

VIII. BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS WEB

UNIDAD DIDACTICA I

- Bernanke, B. & Frank, R. (2007). *Microeconomía* (2ª ed.). Madrid, España: McGraw Hill.
- Bustelo, José Luis (2025) Introducción a la Microeconomía, Bosch Editor, Barcelona
- Case, K. & Fair, R. (2007). *Principios de Microeconomía*. USA: Pearson.
- Castillo Manzano, José Ignacio. (2013) Microeconomía en Casos. Madrid: Pirámide.

- Garavito, C. (2014). *Microeconomía: Consumidores, Productores y Estructura de Mercado* (1a ed.) Lima, Perú: Fondo Editorial PUCP.
  Código Biblioteca Especializada de la FCE: ECO 05.05
- García, J. (2018). *Microeconomía* (1a ed.). Departamento Académico de Administración y Gestión, Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Material de consulta. Huacho, Perú.
- Slavin's Steve, (2025) Microeconomics, 12th Edición Mc Graw Hill, España

UNIDAD DIDACTICA II

- Krugman, P & Wells, R. (2013). *Microeconomía* (3a ed.). España: Editorial Reverté
  Código Biblioteca Especializada de la FCE: ECO 07.01
- Mankiw, N. G. (2012) *Principios de economía* (6a ed.). México: Edit. CENGAGE Learnin
  Código Biblioteca Especializada FCE: ECO 09.05
- Mochón Morcillo, F. & Carreón Rodríguez, V. G. (2011). *Microeconomía con aplicaciones a América Latina*" (1a ed.). México: Mc Graw Hill.
- Montaner, J. (2001). *Estructura del Mercado Turístico* (2a ed.) Madrid, España: Editorial Síntesis. ***Código Bibliotheca Especializada: TUR 138.1***

UNIDAD DIDACTICA III

- Parking, Michael (2010). *Microeconomía*. México: Pearson Educación.
- Porter Michael E. (1997): *Estrategia Competitiva*. México: Editorial Continental.
- Pindyck, Roberts & Rubinfeld, Daniel (2011). *Microeconomía*. Madrid, España: Prentice Hall.
- Silva Cubas B, (2008). *Microeconomía Aplicada*, Lima: Colecciones de textos universitarios.
- Varian, Hal R. (2010). *Microeconomía Intermedia* (8a ed.). Barcelona, España: Antoni Bosh Editor. ***Código Biblioteca Especializada de la FCE: ECO 02.03***
- Olivier Blanchard (2017*) Editorial Pearson Edición 2017*

UNIDAD DIDACTICA IV

- Azqueta, D. (2002). *Introducción a la economía ambiental*. Madrid, España: McGraw-Hill.
- Frank Robert. (2003). *Principios de economía*. España: Mc Graw Hill, Interamericana España S.A.U.
- Mochón, F. (2006). *Principios de economía* (3a. ed.). España: McGraw-Hill.
- Samuelson, Paúl y Nordhaus, W. (2006). *Economía*. Madrid, España: McGraw-Hill.

- Sullivan A. & Sheffrin S. (2004). *Economía. Principios e instrumentos*. Madrid, España: Pearson Prentice Hall.
- Ayala, S. (2011). *Microeconomía, diapositivas del curso*. Recuperado de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Microeconomia.pdf
- Elizalde, N. (2012). *Microeconomía* (1º ed.). Recuperado de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Microeconomia.pdf
- Gómez, M. & Puig (2006). *Introducción a la Microeconomía*. Recuperado de http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/1281/1/211.pdf
- Guerrien, B. & Jallias, S. (s/f). *microeconomía*. Recuperado de http://bernardguerrien.com/wp-content/uploads/2017/07/LibroMicroeconomia.pdf
- Parking, M. (2010). *microeconomía*. Recuperado de http://csh.izt.uam.mx/cursos/gerardo/uam/material/Microeconomia-I.pdf

IX. PROBLEMAS QUE RESOLVERÁ EL ALUMNO.

MAGNITUD CAUSAL OBJETO DEL PROBLEMA	ACCION METRICA DE VINCULACION	CONSECUENCIA METRICA VINCULANTE DE LA ACCION
Dificultad de reconocer, representar y operar la curva de demanda y de oferta, así como el equilibrio del mercado.	Podría optimizarse hasta en un 90 %	Analiza e interpreta sin limitaciones los factores que pueden modificar la curva de demanda y de oferta.
Dificultad de análisis, interpretación de la teoría del comportamiento del consumidor, la teoría de la producción y de los costos	El reconocimiento del 100%	De manera eficiente, analiza e interpreta los resultados de los problemas planteados, relacionados a la teoría del comportamiento del consumidor, y del productor.
Limitada interpretación, representación y manejo de las estructuras del mercado y las estrategias competitivas.	Podrían reducirse hasta un 50%	De manera eficiente, analiza e interpreta los resultados de los problemas planteados, relacionados en la teoría de juegos
Dificultad de análisis para demostrar las fallas del mercado.	Podrían reducirse hasta un 30%	Con el conocimiento teórico-práctico de la asignatura, el estudiante lograra un mejor análisis de las fallas del mercado.

Huacho, agosto del 2026

Univ. Nac. José F. Sánchez Carrión
Mg. Nadiezhda Yenny Escalante Candiotti
DOCENTE
Reg. C.E.L. N° 07205

M(a). NADIEZHDA YENNY ESCALANTE CANDIOTTI
Docente Teoria

M(a). Paucar Chavez Yesy Maribel
DNI 46725407

Mg. YESY MARIBEL PAUCAR CHAVEZ
Docente Práctica